

RAZPADAJOČI MODELI: POGOVORNE ZVRSTI NA JAVNI PRIREDITVI

Prireditve Viktorji 2006 je bila z jezikovnega vidika posebna v izbiri socialnih zvrsti na javni in medijsko odmevni zabavni prireditvi. Izjemno opazno dejstvo je bilo skorajda izginotje knjižne jezika z odra Cankarjevega doma. Umanjkanje knjižnega govora je bilo očitno. V pogovorih naslednjega dne je bilo med kolegi slišati, da je bila raba različnih pokrajinskih in narečnih različic, ki je knjižno govorico skorajda prešla, izjemno moteča, za druge je bila znak sproščenosti in končne prerazporeditve zvrsti v govorjenih okoliščinah žive rabe.

V zabavnih (televizijskih) prireditvah so narečni in pokrajinski govori pogosto del skečev, ki popestrijo posamezne dele, torej opravljajo stilno funkcijo, ko z izbiro neknjižnih dialogov ali monologov slikajo tvorčevo pokrajinsko pripadnost in vanjo skrijejo aktualne politične bodice ali humorne vložke. Omenjena prireditve pa je to formo spremenila. V članku bo prikazana analiza prireditve Viktorji 2006, s katero bomo poskušali ugotoviti: 1) kakšna je bila vloga pokrajinskih različic in 2) kakšne so posledice dejanske rabe javne govorice v medijih za teoretske/didaktične modele slovenskega jezikoslovja.

jezikovne zvrsti, javna govorica, televizija, zabavna prireditve

The public entertainment event *Viktorji 2006*, which receives a great deal of media attention, was from a linguistic point of view special with regard to the choice of language varieties. It was very noticeable that the standard language was almost entirely absent from the Cankarjev dom stage. In discussions among colleagues the following day it was frequently said that the use of various regional and dialect variants, which almost displaced the standard language, was extremely disturbing, while others saw it merely as a sign of spontaneity and a final rearrangement of language varieties in live use of spoken language.

Dialects and regional variants are often a part of acted sketches during entertainment (television) events, enlivening individual parts of programmes, thus fulfilling a stylistic function that through the choice of non-standard dialogues and monologues indicate the creator's regional origin and conceal within it topical political barbs and humorous inserts. However, the event in question changed this format. The article presents an analysis of *Viktorji 2006*, with which we will try to ascertain: 1) the role of regional variants and 2) the consequences of the use of public speech in the media for the theoretical/didactic models of Slovene linguistics.

language varieties, public speech, television, entertainment event

0 Uvod

O velikem vplivu medijev na jezikovno rabo pravzaprav piše že Breznik, ko v svoji odmevni razpravi *O jeziku naših časnikov* iz leta 1933 (Breznik 1982: 133–162) ugotavlja, da je časopisni jezik v primerjavi z znanstvenim in umetnostnim najvplivnejši.¹ Breznik ugotavlja, da prehaja v vse druge vrste jezika in je »vodilni jezik v slovstvu« (Breznik 1982: 133). V začetku 21. stoletja bolj kot »časopisni jezik« na jezikovno rabo vplivajo elektronski mediji: televizija ter vse bolj tudi internet in telefonija (e-pošta, klepetalnice, internetni forumi, SMS-sporočila). Za vse v oklepaju navedene novejšje oblike sporočanja, ki jih omogoča informacijski razvoj, bi smeli trditi, da v temeljih spreminjajo rabo pisnega jezika, saj njihovi uporabniki – predvsem mlajši – brez večjih težav pišejo svojo različico pogovornega ali narečnega jezika.

Za razpravo, namenjeno slovenskim narečjem, oz. kot piše predsednica 26. simpozija Obdobja, »pretres/u/ obstoja socialnih zvrsti s posebnim ozirom na zemljepisne različke – od tradicionalnih narečij do (pokrajinskih) pogovornih jezikov« (Smole 2007: 1), sem se osredotočila na danes tradicionalnejši medij – televizijo. V nasprotju z zapisanim medijskim vplivom na splošno rabo pa me bo zanimalo obratno, koliko splošna raba vpliva na jezik v medijih. Menim, da govorjene jezikovne prakse, ki jih uporabniki štejejo za sproščene in žive, vplivajo na ustvarjalce zabavnih televizijskih oddaj ter njihovo izbiro govorcev in diskurzov. Ali širše, dojemanje jezikovne zvrstnosti v splošni rabi vpliva na izbor jezika v medijih.

1 Mediji in zabava: subjektivizacija in ustvarjanje psevdointimnega jezika

Komunikologi in drugi raziskovalci medijev od devetdesetih let 20. stoletja opozarjajo na številne spremembe sodobnih množičnih medijev, predvsem na osredotočanje novinarskih besedil na stil namesto na vsebino (Laban 2007: 195), kar se pri informativnih besedilih (poročevalna besedila: vesti, poročila, naznanila) kaže kot kombinacija informiranja, razlaganja in hkratnega zabavanja ali vsaj ne dolgočassenja občinstva (Laban 2007: 195).² Hkrati z mediji se spreminja tudi medijski jezik. Kot poudarja F. Bonner (v Laban 2007: 97), so se funkcije televizije kot medija za informiranje, izobraževanje in zabavo skrčile le na slednjo. Z novinarskoteoretičnega vidika so zanimive žanrske spremembe in pojav informativne zabave, saj v tipično objektivizirane poročevalne novinarske žanre vnaša sredstva subjektivizacije in psevdointimnega jezika, kar se kaže z rabo sredstev, ki posnemajo »bližino in intimnost neposredovane komunikacije« (Luthar 1998: 25). Pri

¹ »Časnikarski jezik je, kakor vidimo, po svoji vrednosti najnižja, po svojem vplivu pa najmočnejša vrsta jezika.« (Breznik 1982: 136.)

² Labanova (2007: 195) navaja, da za prelomna leta tovrstnih sprememb televizijskega načina novinarskega upovedovanja veljajo »70. leta 20. stoletja, ko se je ob ugotovitvi o dobičkonosnosti televizijskih informativnih programov na ameriških lokalnih televizijah pojavil slog, imenovan *srečni govor* televizijskih voditeljev, ki temelji na učlovečenju informacij in kratkih zabavnih dialogih med voditelji.«

izbiri jezika se subjektivizacija kaže v vključevanju naslovnika v zgodbo prek jezikovnih sredstev, ki stik gradijo na čustveni vpletenosti, in ne na razumski ravni. V zgodbo je vključen z odzivom ogorčenja nad novo družbeno anomalijo, z melo-dramatičnim, sentimentalnim tonom, ki ga ustvarja izbor citatov prizadetih svojcev, prijateljev, udeležencev; s frazemi, ker so del kolektivne, in ne samo avtorjeve zavesti, zato so idealno sredstvo za izražanje vrednostnih sodb (Kržišnik 2001); z ekspresivno in drugo zaznamovano leksiko (gl. Kalin Golob 2007).

Zabava je kraljica TV-zaslonov, celo v dnevnoinformativnih oddajah. In zabava nas bo zanimala v tem prispevku: a ne zabava v novinarskih besedilih, ampak tista, ki je sama sebi namen: v javni zabavni prireditvi, ki jo prenaša televizija in je namenjena televizijskemu spremljanju prvega med medijskimi dogodki: podelitvi viktorjev, nekakšnim slovenskim oskarjem, prestižni nagradi za medijske dosežke in dosežke v medijski kulturi.

2 Viktorji 2006 – nekaj podatkov

24. marca 2007 je potekal neposredni prenos iz Cankarjevega doma, ogledalo si ga je več kot 446.000 gledalcev, starejših od 10 let, spremljalo pa kar 58 % vseh takrat zbranih gledalcev pred televizijo. Spletni dnevnik 24 ur.com (http://24ur.com/bin/article.php?article_id=3092224) je poročal: (naslov) **Viktorji 2006 z Jurijem Zrnecem poželi izjemen odziv**, (podnaslov) VIKTORJI 2006, ki so potekali na POP TV to soboto (24. 3.), so poželi med gledalci izjemen odziv in doslej rekordno gledanost! »Podelitev nagrad je bila tako 'top 1' oddaja dneva oz. daleč najbolj gledana sobotna oddaja na slovenskih televizijah ...«. POP TV jo je ponovila kar dvakrat (25. 3. in 8. 4. 2007).

Sodeč po spletnih straneh in pogovorih na temo Viktorji 2006, je voditelj Jurij Zrnec požel simpatije zaradi dobrega vodenja:

Kot je bilo že pred oddajo vsem znano, je letošnjo prireditev po treh letih zopet dobil v roke Jure Zrnec, ki bi mirne duše lahko tudi sam vzel za sabo kakšen zlati kipec, saj mu uspeva izpeljati sicer dolgočasno prireditev tako, da večina gledalcev, ne samo tisti, ki so tam po službeni dolžnosti, zares obstane na sedežih. In če bi se znašel kdo od televizijcev, ki so sedeli v Gallusovi dvorani, in Zrnecu ponudil voditeljstvo v oddaji, bi po vsej verjetnosti dobil kakšnega gledalca več pred zaslone. Če ne drugega, tip je res vsestransko nadarjen – tudi reklamna sporočila, ki so vsekakor cenejša in veliko bolj zabavna, kot tista med filmi, so odlična. Kaj vse Zrnec ne zna. ([Http://galerije.siol.net/default.aspx?id_portal=11400&id_gallery=10373](http://galerije.siol.net/default.aspx?id_portal=11400&id_gallery=10373).)

Kritiki so njegovo vodenje razglasili za zgled vodenja zabavnih prireditev: »Jurij Zrnec definitivno eden tistih, po katerem bi se voditelji zabavnih podelitev lahko zgledovali.« ([Http://nekdodrug.blogspot.com/2007/03/viktorji-2006.html](http://nekdodrug.blogspot.com/2007/03/viktorji-2006.html).)

In tu smo pri jedru našega zanimanja: kakšen jezik je bil izbran za vodenje velike, prestižne, javne prireditve, primarno namenjene televizijskemu spremljanju, da je bila prireditev všečna in je izpolnila svoj cilj: veliko gledanost.

3 O pričakovanem oz. modelnem

Upoštevasjoč slovenske jezikovnokulturne priročnike, bi morali razmisliti o rabi jezika na javni vseslovenski prireditvi umestiti v model jezikovne zvrstnosti, ki bi dal jasen odgovor: raba ene izmed knjižnih zvrsti, torej knjižnega (zbornega) jezika ali knjižne govorice (po Toporišiču splošnopogovorni, kasneje poimenovan knjižnopogovorni jezik). Možna raba pokrajinsko pogovornega ali narečnega je predvidena kot stilno sredstvo.

Taka raba je na slovenski televiziji že kar modelna: vodenje oz. povezovanje poteka v eni knjižnih različic, vmesni igrani vložki so lahko narečni oz. pokrajinskopogovorni. Tovrstne televizijske oddaje imajo na slovenski televiziji svojo tradicijo, kolikor se spominjam sama, že Trefaltove oddaje, pa Jaka Šraufciger, sodobnejše z Mariom Galuničem in Ana-Lizo. Hkrati s to pričakovano rabo socialnih zvrsti pa se v devetdesetih letih pojavi oddaja Videošpon, ki temeljito obrne način napovedovanja in vodenja zabavne oddaje: pojavi se ekscesni sociolekt (Skubic 2005: 215 in nasl.) na javni televiziji. Gre za hoteno drugačnost, izzivanje, hoten odklon od prevladujočega vzorca, ali kot piše Skubic (2005: 218), ekscesni sociolekti »vrednote provocirajo, relativizirajo«. Jonas Žnidaršič je to počel, vzbudil ogorčenje, razprave in hkrati odprl pot drugačnim modelom televizijskega vodenja, ki so se žanrsko ustalili v pogovornih oddajah (radijskih in televizijskih). V teh oddajah ne gre za delno rabo neknjižnega jezika, ki bi se kazala bodisi kot hoteni odklon (stilem) bodisi kot neobvladovanje knjižnega jezika (jezikovni spodrseljaj torej), ampak za jezikovno uresničitev, ki zaradi želje po sproščenosti in ustvarjanju stika s sogovornici in gledalci/poslušalci uporablja neknjižni jezik. Pogovorne oddaje so oddaje, uresničene s pogovorom, ki poteka sicer v javnih (televizijskih in radijskih) okoliščinah. Pogovor pa je žanr, ki prihaja iz zasebne sfere, kjer se večinoma uresničuje v neki neknjižni različici. Ta žanrska značilnost se ohranja tudi, ko bi zaradi javnih okoliščin modelno sicer pričakovali knjižnogovornost. Spemembo pričakovanega po eni strani omogoča govorni prenosnik, neposredni sporočanjški stik, naslovník (starost!) in tema (prim. Kalin Golob 2004).

4 Analiza prireditve Viktorji 2006

Prireditve Viktorji 2006 iz pričakovanega okvira odstopa, žanrsko ne gre za pogovorni stik, ampak vodenje in podeljevanje prestižnih medijskih nagrad. V preteklih letih avtomatizirana podelitev, narejena po vzoru oskarjev, kjer voditelj(ja) na oder vabi(ta) znane osebnosti, da podelijo posamezne nagrade po kategorijah. Sledi razglasitev izbranca. Jezikovno gledano, je bil koncept jasen: voditelj je povezovallec, profesionallec, kar se kaže tudi v (izbranem) knjižnem govoru, podeljevalci – pogosto neveščci javnega govorjenja – se zatekajo celo k hiperkorekciji knjižne izreke, vmesni dovtipi ali skeči so igrani in uresničeni v kateri od pokrajinskih ali narečnih različic. Knjižni jezik je tako opravljal v jezikovnih priročnikih predvideno vlogo na vseslovenski javni prireditvi, ki jo organizator definira kot: »Viktorji so

najprestižnejše slovensko priznanje na področju medijev in popularne kulture. Glasovanje, izbor in prireditve vsako leto organizira revija Stop.« ([Http://www.delo-revije.si/novinarsko_sredisce/viktorji](http://www.delo-revije.si/novinarsko_sredisce/viktorji).)

Viktorji 2006 so ta avtomatizirani scenosled spremenili, ga aktualizirali in zato spremenili tudi siceršnji izbor socialnih zvrsti. Prireditve je ohranila avtomatizirani del: znane in manj znane Slovence, ki so v parih napovedovali in razglašali nagrade oz. nagrajenke. Glede izbire jezika so ti pari nastopali po pričakovanjih: od treme polne hiperkorektno izgovorjave (izgovor *-l-* namesto dvoustničnega *v*; izbor napačne različice predloga *z/s*, izgovor naslonk s polglasnikom), preko pokrajinsko pogovornih različic do zbornega govora profesionalnih govorcev. Dialogi so večinoma delovali prisiljeno in nesproščeno. Enak razpon izbora jezikovnih zvrsti je bil tudi pri zahvalah, ki so jih izrekale nagrajene osebe. Napovedovanje podeljevalskega para, kategorije nagrad in nominirancev je prevzel šolani ženski glas iz ozadja. Govor je bil v celoti zborni.

Voditelj Jurij Zrnec je v ta avtomatizirani potek dodal spremenjeno voditeljsko vlogo, katere cilj je bil dolgočasno zaporedje razglašanja nagrad in nagrajencev spremeniti v zabavo. Opazna prvina njegovega jezikovnega izbora je bilo prevladovanje ljubljanskega pogovornega jezika (izjema je s karikiranim šarmantnim radijskim glasom izrečeno besedilo, ki vpeljuje podeljevanje nagrade za radijsko postajo, aktualizacija petih Prešernovih pesmi kot uvod v podelitev nagrade za otroško in mladinsko oddajo, narečje ob nagradi za lokalne in kabelske TV-postaje; v zbornem jeziku napoved plesne točke *Mize rabmo*). Že prvi govorni nastop aktualizira začetek vodenja prireditve: voditelj stopi z odra in pristopi h gostu v prvi vrsti, se rokuje z njim in ga kramljajoče nagovori: »Ste sām pršou [...] in drgač?«

Vstopna pesem, ki jo prav tako izvaja voditelj, je moto in napoved »smisla« prireditve: »Važan da je fajn, da se kej dugaja ... Nej Jure mal nagaja.« Jurij Zrnec ob vlogi voditelja igra, ali bolje rečeno, karikira, različne vloge, ki se navezujejo na posamezno nagrado, z vmesnimi komentarji vodi od ene nagrade k drugi (npr. pred podelitvijo viktorja za obetavno mlado medijsko osebnost odigra voditelja začetnika, ki z gestiko in glasom kaže tremo prvih nastopov, hkrati pa z navidezno skromnostjo in samohvalo ter užaljenostjo namiguje, da bi si to nagrado zaslužil sam). Jezikovno torej potekata dva diskurza v eni osebi: nevesči mladi govorec in užaljeni nenominiranec: »Ta nagrada je definitivno ena tistih nagrad – poglejte, jest znam tud plesat [...] ta nagrada je ... tud če mi jo hočte kdaj dāt, je nočam ...«

Nastop Jurija Zrneca torej ni le, ali bolje rečeno, sploh ni, klasična voditeljska vloga, temveč vloga zabavljaja, interpreta in komentatorja aktualnih družbenih dogodkov, pevca in plesalca ter oglaševalca. V eni osebi Jurij Zrnec avtomatizirano – zato televizijsko dolgočasno – prireditve spreminja v televizijski šov velike gledanosti. Jezikovne izbire delujejo z enakim ciljem: gre za izmenjavo diskurzov (pri čemer pojem razumemo v najširšem pomenu kot celoto ter interakcijo teksta in konteksta, prim. Hoffmannová 1997: 8), ki na oder Cankarjevega doma prinašajo

različne družbene in človeške situacije, jih poustvarjajo, parodirajo in karikirajo slovensko medijsko sedanost.

Ob tem ostaja vprašanje, ali bi v delih, ko Zrnec opravlja »klasično voditeljsko vlogo«, lahko izbral knjižno govorico. Seveda, prepričani smo, da bi zadeva ostala enako zabavna, neprisiljena, morda pri delu občinstva celo manj ali nemoteča. Ko smo o tem govorili pri seminarju predmeta Obča stilistika na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani, je namreč razprava pokazala, da študenti 3. letnika (20- in večletniki), od tega pet Ljubljancev ostalih trideset pa z drugih območij Slovenije, v večini (70 %) Zrnečevo ljubljansčino dojemajo nemoteče, moti predvsem študente iz štajerske narečne skupine, medtem ko Primorci izrecno trdijo, da bi bilo približevanje knjižni govorici v kateremkoli voditeljskem delu »neprijetno, togo in nesproščeno«, kar utemeljujejo s »to je njegov jezik«.

Odgovor za spremenjeno izbiro socialnih zvrsti je zato treba iskati v dejstvu, da televizija že desetletja spreminja modelno izbiro zvrsti glede na žanrske razlike med oddajami. Viktorji 2006 so slovenski oskarji v delih, kjer gre za podeljevanje nagrad (in tu so pričakovano izpeljani v zborni govorici z glasom iz ozadja), vse drugo je prvovrstna medijska zabava, dosežena z igranjem vlog in temu ustrezno menjavo diskurzov. Dosega jo igralec, in ker gre pravzaprav za nekakšen šov Jurija Zrneca, se ta osebna nota kaže v izbiri osebnega jezika.

5 Sklep

Umanjkanje knjižnega jezika na obravnavani prireditvi kaže, da javnost, vseslovenskost, celo prestižnost niso merila, na podlagi katerih bi bilo mogoče vseveljavno postavljati model jezikovne zvrstnosti, kot ga predstavljajo naši priročniki. Če dosedanje razprave o izbiri zvrsti medijskega jezika pogosto poudarjajo kultiviranost posameznika (prim. Kranjc 2004: 395, 401) kot pomembno prvino pri izboru/obvladovanju knjižnega jezika, obravnavani primer kaže, da ne gre le za to. Jurij Zrnec je šolani govorec (igralec), konec koncev je na isti prireditvi z igranjem skečev dokazal, da knjižni jezik odlično obvlada. Zakaj torej neknjižna govorica ob vodenju in napovedovanju?

Medijski jezik najhitreje reagira na spremembe, zato so se tudi v medijih zamajali tradicionalni vzorci. Ob obravnavani prireditvi se je mogoče strinjati s Skubicem, da ne gre samo za demokratičnost, ampak tudi/predvsem ekonomsko logiko. »Sociolekti torej ne vdirajo v tradicionalno kulturne žanre zaradi demokratizacije, temveč zaradi objektivno ugotovljene ekonomske učinkovitosti v komunikaciji ...« (Skubic 2005: 236). Ta je za medij preprosta: če želi pridobiti oglaševalce, potrebuje gledanost, ciljna skupina prireditve Viktorji je 18–49 let, ta skupina – najbrž spodnja polovica te starostne skupine – zna prestopati jezikovne tradicije, se sporazumeva in piše tudi v neknjižnem jeziku, knjižni jezik dojemata kot tog; sproščeno, neknjižnost, psevdointimnost se torej »trži« bolje. Glede na gledanost se je izračun izplačal.

Za jezikoslovce in jezikoslovje pa velja, da je tradicionalni model jezikovne zvrstnosti potreben revizije. Formalnost in neformalnost govornega položaja, torej okoliščine kot prvina razporejanja v družbene zvrsti jezika, niso več v vseh besedilih in besedilnih vrstah enako odločilne za izbiro družbene (socialne) zvrsti.

Literatura

- BREZNIK, Anton, 1982: *Jezikoslovne razprave*. Ur. J. Toporišič. Ljubljana: Slovenska matica.
- HOFFMANNOVÁ, Jana, 1997: *Stylistika a ...* Praga: Trizonia.
- KALIN GOLOB, Monika, 2004: Moderno in modno v publicističnem spletu vplivanja ter stilu slovenskih novinarskih besedil. *Moderno v slovenskem jeziku, literaturi in kulturi. 40. seminar slovenskega jezika, literature in kulture. Zbornik predavanj*. Ur. M. Stabej. Ljubljana: Filozofska fakulteta. 48–57.
- KALIN GOLOB, Monika, 2007: Zgodba s prve strani: jezikovnostilna analiza. *Slavistična revija* 55/1–2. 169–180.
- KRANJC, Simona, 2004: Jezikovna zvrstnost v sodobnih medijih. *Aktualizacija jezikovno-zvrstne teorije na Slovenskem: členitev jezikovne resničnosti* (Obdobja 22). Ljubljana: Filozofska fakulteta. 395–405.
- KRŽIŠNIK, Erika, 2001: Funkcija ekspresivnih jezikovnih sredstev v medijih. *Prvo slovensko-hrvaško slavistično srečanje*. Ur. V. Požgaj Hadži. Ljubljana: Filozofska fakulteta. 29–32.
- LABAN, Vesna, 2007: *Televizijski novinarski diskurz: žanrska in stilna uvrstitev*. Doktorska disertacija. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- LUTHAR, Breda, 1998: *Poetika in politika tabloidne kulture*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- SKUBIC, Andrej, 2005: *Obrazi jezika*. Ljubljana: Študentska založba.